

#4  
RNB  
PATENT  
0033-0684P

IN THE U.S. PATENT AND TRADEMARK OFFICE

Applicant: Yoriko AZUMA Conf.:  
Appl. No.: 09/747,982 Group:  
Filed: December 27, 2000 Examiner:  
For: ELECTRONIC ADVERTISEMENT RECEIVING  
APPARATUS, ELECTRONIC ADVERTISEMENT  
CONFIRMING APPARATUS AND ELECTRONIC  
ADVERTISEMENT SUPPLY SYSTEM FOR  
ENABLING ADVERTISER TO KNOW WITHOUT  
INQUIRY USER CONFIRMATION OF  
DISTRIBUTED ELECTRONIC ADVERTISEMENT  
CONTENTS

LETTER

Assistant Commissioner for Patents  
Washington, DC 20231

February 9, 2001

Sir:

Under the provisions of 35 U.S.C. § 119 and 37 C.F.R. § 1.55(a), the applicant(s) hereby claim(s) the right of priority based on the following application(s):

<u>Country</u>	<u>Application No.</u>	<u>Filed</u>
JAPAN	11-369295	December 27, 1999
JAPAN	2000-371659	December 6, 2000

A certified copy of the above-noted application(s) is(are) attached hereto.


If necessary, the Commissioner is hereby authorized in this, concurrent, and future replies, to charge payment or credit any overpayment to Deposit Account No. 02-2448 for any

Appl. No. 09/747,982

additional fee required under 37 C.F.R. §§ 1.16 or 1.17;  
particularly, extension of time fees.

Respectfully submitted,

BIRCH, STEWART, KOLASCH & BIRCH, LLP

By  #19,382  
Terrell C. Birch, #19,382

TCB/tmd  
0033-0684P

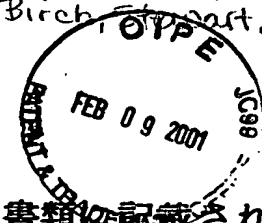
Attachment

P.O. Box 747  
Falls Church, VA 22040-0747  
(703) 205-8000

(Rev. 01/22/01)

Serial No: 09/747,982  
Docket No: 0033-0684P  
Filed: December 27, 2000  
Inventor: Yoriko AZUMA  
Birch, Stewart, Kolasch &  
Birch, LLP

日 本 国 特 許 庁  
PATENT OFFICE  
JAPANESE GOVERNMENT



別紙添付の書類に記載されている事項は下記の出願書類に記載されて  
いる事項と同一であることを証明する。

This is to certify that the annexed is a true copy of the following application as filed  
with this Office.

出 願 年 月 日

Date of Application:

1999年12月27日

出 願 番 号

Application Number:

平成11年特許願第369295号

出 願 人

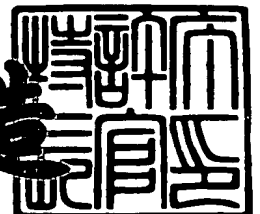
Applicant (s):

シャープ株式会社

2000年12月22日

特 許 庁 長 官  
Commissioner,  
Patent Office

及 川 耕 造



出証番号 出証特2000-3105613

【書類名】 特許願

【整理番号】 99-02383

【提出日】 平成11年12月27日

【あて先】 特許庁長官 殿

【国際特許分類】 G06F 17/20

【発明者】

    【住所又は居所】 大阪府大阪市阿倍野区長池町 2 2 番 2 2 号 シャープ株式会社内

    【氏名】 東 喜子

【特許出願人】

    【識別番号】 000005049

    【氏名又は名称】 シャープ株式会社

    【電話番号】 06-6621-1221

【代理人】

    【識別番号】 100103296

    【弁理士】

    【氏名又は名称】 小池 隆彌

    【電話番号】 06-6621-1221

    【連絡先】 電話 0 4 3 - 2 9 9 - 8 4 6 6 知的財産権本部 東京  
知的財産権部

【手数料の表示】

    【予納台帳番号】 012313

    【納付金額】 21,000円

【提出物件の目録】

    【物件名】 明細書 1

    【物件名】 図面 1

    【物件名】 要約書 1

    【包括委任状番号】 9703283

【ブルーフの要否】 要

【書類名】 明細書

【発明の名称】 電子広告受信装置及び電子広告配信システム

【特許請求の範囲】

【請求項 1】 電子広告を受信する手段と、前記受信した電子広告を再生する手段と、再生した場合には再生済みであることを示す識別情報を出力する手段と、を有することを特徴とする電子広告受信装置。

【請求項 2】 前記受信した電子広告の種類を示す識別子を判定し、その判定結果に基づいて電子広告を蓄積する手段を有することを特徴とする請求項 1 記載の電子広告受信装置。

【請求項 3】 前記出力する手段は、前記再生済みであることを示す識別情報に、電子広告を再生したことに対する割引き等の特典情報を含めて出力することを特徴とする請求項 1 又は請求項 2 記載の電子広告受信装置。

【請求項 4】 前記出力する手段は、電子広告を再生した回数又は時間に応じて異なる特典情報を出力することを特徴とする請求項 3 記載の電子広告受信装置。

【請求項 5】 前記出力する手段は、前記電子広告の種類を示す識別子が同一の電子広告を再生した場合には、前記電子広告を再生したことに対する特典情報の内容を変更して出力することを特徴とする請求項 3 又は請求項 4 記載の電子広告受信装置。

【請求項 6】 前記再生済みであることを示す識別情報を表示する手段を有することを特徴とする請求項 1 乃至請求項 5 のいずれかに記載の電子広告受信装置。

【請求項 7】 電子広告を登録し配信する電子広告配信装置と、配信された電子広告を受信し再生する電子広告受信装置とを有する電子広告配信システムであって、前記電子広告配信装置は、電子広告の配信完了を示す識別子を送信する手段を有し、前記電子広告受信装置は、前記配信完了を示す識別子に基づいて電子広告を受信したことを示す応答データを作成し前記電子広告配信装置に返信する手段を有することを特徴とする電子広告配信システム。

【請求項 8】 前記電子広告配信装置は、前記応答データに基づいて電子広

告を配布した数を計算し、その計算結果が所定の数に達したときには電子広告の配信を中止する手段をさらに有することを特徴とする請求項 7 記載の電子広告配信システム。

【請求項 9】 前記再生済みであることを示す識別情報の正当性を確認する電子広告確認装置をさらに備えることを特徴とする請求項 7 又は請求項 8 記載の電子広告配信システム。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】

本発明は、広告などの各種情報を電子的に配信するための電子広告配信システム、及び配信された各種情報を受信するための電子広告受信装置に関する。

【0002】

【従来の技術】

従来、広告を提供する立場である広告主は、スーパーマーケットの特売情報や、レストランにおける割引き情報などの広告情報を、不特定の利用者に提供する場合には、紙に印刷したものを新聞のチラシとして配布したり、街頭で配ったりしていた。しかしながら、このような紙媒体による広告方法では、広範囲の地域に広告を提供したい場合には、印刷代及び人件費に費用がかかるという問題があった。上記問題を解決するために、特開平 11-66038 号公報には、広告などの各種情報を不特定多数の人々に電子的に配信するための技術が開示されている。

【0003】

【発明が解決しようとする課題】

しかしながら、特開平 11-66038 号公報記載の情報提供システムでは、広告主にとっては、ただ一方的に情報を流しているだけであり、広告が利用者に確実に読まれたかどうかの反応をつかむことができず、広告の効果を確認することができなかった。

【0004】

本発明の目的とするところは、利用者が広告を読んだことを証明することがで

きる広告受信装置を提供し、さらに利用者がその広告を読んだことを証明するものを広告主に提示することにより、広告主にとっては広告の効果を確認できると共に、利用者にとっては広告を見たことに対する特典が広告主から与えられるという利点を有する広告配信システムを提供するところにある。

【0005】

【課題を解決するための手段】

本発明は上記課題を解決するために、電子広告を受信する手段と、前記受信した電子広告を再生する手段と、再生した場合には再生済みであることを示す識別情報を出力する手段と、を有することを特徴とする電子広告受信装置を提供する。

【0006】

また本発明は、前記受信した電子広告の種類を示す識別子を判定し、その判定結果に基づいて電子広告を蓄積する手段を有することを特徴とする電子広告受信装置を提供する。

【0007】

また本発明は、前記出力する手段は、前記再生済みであることを示す識別情報に、電子広告を再生したことに対する割引き等の特典情報を含めて出力することを特徴とする電子広告受信装置を提供する。

【0008】

また本発明は、前記出力する手段は、電子広告を再生した回数又は時間に応じて異なる特典情報を出力することを特徴とする電子広告受信装置を提供する。

【0009】

また本発明は、前記出力する手段は、前記電子広告の種類を示す識別子が同一の電子広告を再生した場合には、前記電子広告を再生したことに対する特典情報の内容を変更して出力することを特徴とする電子広告受信装置を提供する。

【0010】

また本発明は、前記再生済みであることを示す識別情報を表示する手段を有することを特徴とする電子広告受信装置を提供する。

【0011】

また本発明は、電子広告を登録し配信する電子広告配信装置と、配信された電子広告を受信し再生する電子広告受信装置とを有する電子広告配信システムであって、前記電子広告配信装置は、電子広告の配信完了を示す識別子を送信する手段を有し、前記電子広告受信装置は、前記配信完了を示す識別子に基づいて電子広告を受信したことを示す応答データを作成し前記電子広告配信装置に返信する手段を有することを特徴とする電子広告配信システムを提供する。

【0012】

また本発明は、前記電子広告配信装置は、前記応答データに基づいて電子広告を配布した数を計算し、その計算結果が所定の数に達したときには電子広告の配信を中止する手段をさらに有することを特徴とする電子広告配信システムを提供する。

【0013】

また本発明は、前記再生済みであることを示す識別情報の正当性を確認する電子広告確認装置をさらに備えることを特徴とする電子広告配信システムを提供する。

【0014】

【発明の実施の形態】

以下、本発明の実施の形態について図を参照して説明する。

【0015】

<第1の実施の形態>

図1は本発明における電子広告配信システムの模式図であり、電子広告配信装置101、及び電子広告受信装置102、並びに電子広告確認装置103で構成される。また、図2は電子広告配信装置101のハードウェアブロック図であり、図3は電子広告受信装置102の機能ブロック図であり、図4は電子広告確認装置103の機能ブロック図である。なお、本実施の形態では、電子広告確認装置103の利用済みスタンプ確認部404は使用しないため、ここでは説明を行わない。

【0016】

以下、図1を参照して、本発明における電子広告配信システムを利用する場合



の処理の流れについて説明する。

【0017】

まず、広告を提供する立場にある広告主は、広告を配信する立場にある広告代理業者に対して、配信料を支払って広告の配信を依頼する。このときの広告は、従来通りの紙媒体であっても、あるいは予め電子化されたデータであってもよい。広告代理業者は、依頼された広告を電子化し、電子広告配信装置101に電子広告として登録する。このとき、依頼された広告が紙媒体の場合は、スキャナ等を利用して電子化すればよく、また、予め電子化されたデータの場合は、広告主から電子広告配信装置101にインターネット等の通信手段を利用してデータを送信して登録すればよい。また、電子広告を生成する際には、電子広告が利用者に再生されたことを示す識別情報（以下、再生済みスタンプという）も同時に生成され、広告主が必要とする場合には、再生済みスタンプをインターネット等の通信手段を利用して広告主に通知する。次に、広告代理業者は利用者に対して、登録された電子広告を配信する。本発明における電子広告配信システムでは、その配信方法は特定されるものではなく、広告代理業者と利用者との間で最適な配信方法を選択すればよい。配信方法としては、例えば、既存の携帯電話等の無線媒体を利用する方法、または、既存の電話回線等の有線媒体を利用する方法、または、FD（Floppy Disk）等の記録媒体を利用する方法、または、電子広告を提供可能な装置（図示せず）を駅の売店や路上に配置しておき、利用者がそこから自由にダウンロードする方法など様々な形態が考えられる。なお、無線媒体または有線媒体を利用する場合は、電子広告配信装置101と電子広告受信装置102との間はオンラインで結ばれて所望の電子広告をダウンロードすればよく、また、記録媒体を利用する場合は、予め電子広告が記録された記録媒体を広告代理業者が街角などで利用者に配布し、利用者はその記録媒体を介して所望の電子広告を電子広告受信装置102で読み取ればよい。

【0018】

次に、利用者は、電子広告受信装置102にダウンロードされた電子広告を再生して広告の内容を確認する。この際、再生された電子広告に対しては、電子広告受信装置102において再生済みスタンプが生成される。なお、電子広告の再

生方法、及び再生済みスタンプの生成方法については、後述する。広告の中に、利用者が購入を希望する商品が、希望する特典付きで提供されていれば、利用者は、再生済みスタンプを既存のインターネット等の通信手段を利用して広告主に通知することにより、特典付きで商品を購入することができる。なお、上記特典とは、利用者と広告主との間のニーズに合致するものならば何でもよく、例えば、値引き、割引きなどのサービスのことである。

## 【 0 0 1 9 】

次に、広告主は電子広告確認装置 1 0 3 を用いて、利用者から提示された再生済みスタンプと予め広告代理業者から通知された再生済みスタンプとを照合することにより、その正当性を確認し、正当な場合は、その広告に付された特典を利用者に与える。なお、上記特典の具体例については、後述する。

## 【 0 0 2 0 】

以上が、電子広告配信システムを利用する場合の処理の流れである。なお、電子広告配信装置 1 0 1 は、広告をできる限り多くの利用者に配信する方が宣伝効果を高めることができるため、必然的にそのシステム構成、特に配信手段の規模が大きくなるため、通常、電子広告を配信することを目的とする広告代理業者が所有しているが、インターネットなどの既存の設備を利用する場合などは、広告主が電子広告配信装置 1 0 1 を所有することになり、このような場合は、広告代理業者は不要であり、広告主と利用者との間で広告のやり取りが行われる。

## 【 0 0 2 1 】

また、利用者が広告主に再生済みスタンプを通知する方法については、その電子広告受信装置 1 0 2 がパソコンなどの据え置き型ではなく、携帯型端末や携帯電話のような小型のタイプであれば、広告主の店まで直接持って行くことも可能である。そのような場合には、再生済みスタンプを広告主の目の前で提示して、広告主がそれを目視等で確認するため、電子広告確認装置 1 0 3 は不要である。

## 【 0 0 2 2 】

また、電子広告の形態としては、テキストや画像等の表示系によるものの他に、音声系によるものも考えられる。電子広告受信装置 1 0 2 における広告の再生時の出力には、表示系の場合は、ディスプレイ等の手段を利用し、また、音声系

による場合は、スピーカ等の手段を利用すればよい。

【0023】

以下、図2～図4を参照して電子広告配信装置101、及び電子広告受信装置102、並びに電子広告確認装置103の構成及び動作について説明する。

【0024】

図2は本発明における電子広告配信装置のハードウェアブロック図であり、破線部分が電子広告配信装置101を示しており、バスライン202を介して、CPU (Central Processing Unit) 203、メモリ204、ハードディスク205、入力装置206、表示装置207、メディアドライブ208、通信インタフェース209が接続されている。

【0025】

CPU 203はマイクロプロセッサなどで構成され、メモリ204またはハードディスク205上のプログラムを実行して本装置全体の制御を行う。メモリ204はRAM (Random Access Memory) 及びROM (Read Only Memory) で構成され、プログラムや各種データの記憶に用いられる。ハードディスク205は、配信のための電子広告データを記憶するために用いられる。

【0026】

入力装置206は、広告主から依頼された広告を電子化するためのインタフェースであり、例えばスキャナ、マイクなどで構成される。表示装置207は、電子広告データの管理情報を表示するために使用されたり、電子広告データのイメージ図を確認するために使用されたりする。

【0027】

メディアドライブ208は、電子広告データをFDなどの記録媒体210に書き込んだり、読み出したりする目的等に使用される。

【0028】

通信インタフェース209は、携帯電話、PHS、電話回線、Ethernetなどの通信回線211とのインタフェースであり、利用者に電子広告を配信するときや、広告主が電子広告をネットワーク経由で登録する目的等に使用される

【0029】

図3は本発明における電子広告受信装置102の機能ブロック図であり、データ受信部301、データ蓄積部302、メモリ303、再生済みスタンプ生成部304、制御部305、情報出力部306、ユーザ入力部307、データ送信部308で構成されている。

【0030】

データ受信部301は、電話回線等の通信インタフェース、及び赤外線通信のためのインタフェース、並びに記録媒体のインタフェースで構成され、電子広告配信装置101から通信回線211等を経由して配信される電子広告や、記録メディア210で提供される電子広告を本装置に取り入れるために使用される。

【0031】

また、データ蓄積部302は、データ受信部301で取り入れられた電子広告を蓄積するために使用される。

【0032】

また、メモリ303は、データ蓄積部302に蓄積された電子広告に対応するアイコンを表示するためのデータ、及び後述する再生済みスタンプを表示するためのデータ、並びにその他必要なデータを記憶するために使用される。

【0033】

また、再生済みスタンプ生成部304は、メモリ303に記憶された再生済みスタンプの表示データを生成し、又はそのデータを更新するとともに、そのデータを記憶するために使用される。

【0034】

また、制御部305は、データ蓄積部302、及びメモリ303、及び再生確認結果更新部304、並びに本装置全体の制御を行うために使用される。

【0035】

また、情報出力部306は、ディスプレイ等の表示装置、及びスピーカ等の音声出力装置で構成され、メモリ303に記憶された電子広告のアイコン、及び再生済みスタンプ、並びにその他必要な情報を表示したり、広告情報を音声出力す

るために使用される。

【0036】

また、ユーザ入力部307は、タッチパネル、キーボード等で構成され、利用者と本装置との間の操作インタフェースであり、情報出力部306に表示されている電子広告のアイコンを選択する目的等に使用される。

【0037】

また、データ送信部308は、データ受信部301と同じく電話回線等の通信インタフェース、及び赤外線通信のためのインタフェース、並びに記録媒体のインタフェースで構成され、再生済みスタンプを広告主に送信するために使用される。

【0038】

図4は本発明における電子広告確認装置103の機能ブロック図であり、データ受信部401、再生済みスタンプ確認部402、利用済みスタンプ確認部404、表示装置403で構成されている。

【0039】

データ受信部401は、電話回線等の通信インタフェース、及び赤外線通信のためのインタフェース、並びに記録媒体のインタフェースで構成され、利用者から送信されてくる再生済みスタンプを受信するために使用される。

【0040】

再生済みスタンプ確認部402は、利用者から送信された再生済みスタンプをデータ受信部401で受信し、受信した再生済みスタンプと広告配信依頼時に広告代理業者から受け取った再生済みスタンプとを照合することにより、その正当性を確認するために使用される。

【0041】

表示装置403は、再生済みスタンプ確認部402、及び利用済みスタンプ確認部404の結果を表示するために使用される。

【0042】

次に、電子広告配信装置101から配信されてきた電子広告を電子広告受信装置102において再生する方法、及びその電子広告が再生されたことを示す再生

済みスタンプの生成方法について説明する。

【 0 0 4 3 】

図 5 は電子広告受信装置 1 0 2 における電子広告の再生方法を説明するためのフローチャートであり、図 6 ( a ) は電子広告配信装置 1 0 1 から利用者に配信されるてくる電子広告のデータ構造を示しており、図 7 は情報出力部 3 0 6 の表示例を示している。

【 0 0 4 4 】

まず、図 6 ( a ) を参照して、電子広告のデータ構造について説明する。

【 0 0 4 5 】

広告 I D 6 0 1 は、その電子広告に固有の値であり、他の電子広告のデータと区別をするために使用される。

【 0 0 4 6 】

また、アイコン情報 6 0 2 は、その電子広告に対応するアイコンを情報出力部 3 0 6 に表示させるためのデータである。

【 0 0 4 7 】

また、広告内容データ 6 0 3 は、利用者が上記アイコンを選択したときに出力される広告内容のデータである。なお、必要に応じてインターネットアドレスや電話番号などの広告主の連絡先を示すためのデータも含まれる。

【 0 0 4 8 】

また、アプリケーションプログラム 6 0 4 は、その電子広告をアイコン表示させたり、選択された広告の内容を表示させたり、再生済みスタンプを生成して表示させる処理を実行させるためのプログラムデータである。

【 0 0 4 9 】

なお、上記電子広告のデータ構造におけるデータの並び順や、具体的なデータのマッピング方法については特に限定されるものではなく、上記再生済みスタンプを生成する等の処理が実行できるデータ構造であればよい。

【 0 0 5 0 】

次に、図 5 及び図 7 を参照して電子広告の受信方法、及び再生方法について説明する。

## 【0051】

まず、ステップS101において、外部からの入力があるかどうかをチェックする。外部からの入力とは、データ受信部301における電子広告の受信、及びユーザ入力部307における利用者からの操作のことである。

## 【0052】

まず、ステップS101において、電子広告の受信が検出されると、次に、ステップS102において、広告ID601がチェックされる。この広告ID601と同一のIDを有する電子広告が既にデータ蓄積部302に存在する場合は、この電子広告の受信は行わず、ステップS101に戻る。また、同一でない場合は、ステップS103に進み、この電子広告をデータ蓄積部302に蓄積する。その後、ステップS104において、アプリケーションプログラム604とアイコン情報602とから受信された電子広告に対応するアイコンが生成され、メモリ303に記憶された後、情報出力部306に表示される。以上のステップにより、電子広告の受信は完了するので、再びステップS101に戻って、外部からの入力待ちに入る。図7(a)は、以上の操作により電子広告が複数受信されたときの表示例であり、例えば“レストラン「X」”のアイコンは、これを選択すればレストラン「X」に関する広告を見ることができることを示している。

## 【0053】

なお、電子広告の受信動作については、図示しない受信モード切り替えスイッチにより、常に信号を監視しておくのではなくユーザの指示により受信動作を実行することができる。すなわち、ステップS101において、ユーザ入力部307を介して利用者からの操作が検出されると、ステップS105において、さらにその操作の種類がチェックされる。その操作が情報を追加する操作、すなわち電子広告の受信を指示する動作である場合、ステップS102に進む。その後の処理は、上述した通りであるので説明を繰り返さない。

## 【0054】

次に、電子広告の再生方法について説明する。まず、利用者は情報出力部306に表示されているアイコンを、ユーザ入力部307を介して選択する（ステップS101、ステップS105、ステップS106）。アイコンが選択されると

、アプリケーションプログラム604が起動し、選択されたアイコンに対応する広告の内容が情報出力部306に表示されるとともに、再生済みスタンプ生成部304において、再生済みスタンプが生成されて蓄積される（ステップS107）。なお、本実施の形態では、再生済みスタンプの表示は、上記選択されたアイコンの表示に後述する特典を示す表示を加えたものであるため、再生済みスタンプのデータは、アイコン情報602のデータに基づいて、アプリケーションプログラム604により生成されることになる。図7（b）は、レストラン「X」のアイコンが選択されたときの、広告内容の表示例であり、この場合、利用者は広告主から「飲み物 全品半額」の特典が与えられることがわかる。次に、ステップS108において、再生時間、又は、再生回数に対応するポイントがカウントされ、そのポイント値に応じて上記再生済みスタンプのデータが更新される。ポイント数を再生時間でカウントするか、または、再生回数でカウントするか、または、カウントを行わないかについては、アプリケーションプログラム604のプログラム内容に依存する。例えば、図7（d）～図7（e）は、再生回数によって、ポイントがアップし、割引率が大きくなる例を示している。図7（e）では、再生回数が3回であり、割引率は30%である。なお、ポイント数を再生時間でカウントする場合は、利用者がその広告を見ないで、その状態で放置しておくことを防止するために、一定時間毎に、利用者に入力を要求することを併用することが望ましい。その後、利用者がユーザ入力部307を介して、再生終了の操作が行われるまで、ステップS107からステップS109の処理が繰り返される。再生終了の操作が行われると、前記生成された再生済みスタンプの表示を前記広告アイコンの表示に替えて表示し、ステップS101に戻る。図7（c）及び図7（f）は、再生済みスタンプの表示例を示しており、再生前に表示されていた“レストラン 「X」”という表示に加えて、“全品半額”、“30%OFF”の表示がそれぞれ追加されている。なお、再生済みスタンプの色を変えたり、点滅させたりすると、利用者にとってさらに見やすくなる。また、再生済みスタンプは、アイコンの表示に基づいて表示される必要はなく、もっと簡易的な表示であってもよく、再生前と異なる表示形態で表示するものであればよい。

【0055】



以上が、電子広告の受信方法、及び再生方法についての説明である。次に、利用者がその再生結果に基づいて広告主から特典を得る方法を説明する。

#### 【0056】

まず、利用者は広告主にインターネット等の通信手段を利用して、再生済みスタンプのデータ及び利用者本人であることを特定するための情報（例えば本人の名前等）を送信する。広告主は、電子広告確認装置103のデータ受信部401で上記データを受信する。受信したデータは、再生済みスタンプ確認部402において、受信した再生済みスタンプと予め広告代理業者から通知されている再生済みスタンプのデータとが照合され、その正当性が確認され、結果が表示装置403に表示される。その後利用者が広告主の店を訪れ、上記データが一致している場合には、広告主は利用者に特典を与える。この例の場合では、レストランXにおいて、飲み物が半額になるという特典が与えられる。

#### 【0057】

なお、電子広告受信装置102が携帯型のものであれば、利用者は、図7（b）に示されている“レストラン X”の地図に従って、電子広告受信装置102を持って店まで行き、図7（c）に示されている再生済みスタンプを広告主に提示する。広告主は、その再生済みスタンプを目視により、その正当性を確認する。その正当性の判断については、広告主が、広告代理業者に登録したときの広告及びその特典についての内容と同じであるかどうかを判断することにより行われる。

#### 【0058】

#### ＜第2の実施の形態＞

本実施の形態と、第1の実施の形態と異なる主な点は、図6（b）に示すように、電子広告のデータ構造にシリアルID605が追加されている点である。

#### 【0059】

第1の実施の形態では、広告代理業者は広告主から依頼された広告を無制限に利用者に提供している。しかしながら、広告主にとっては、商品の数に限りがある場合や、同じ人が何度も来店するよりも複数の異なる人の来店を希望する場合がある。このような場合には、広告主は、広告代理業者に広告の配布を依頼する

ときに、その配布数を申請しておく。以下、配布数が1000の場合を例として説明する。

#### 【0060】

広告代理業者は、電子広告データのシリアルID605に「1」を入れて配信する。電子広告を構成するその他のデータについては、第1の実施の形態と同様であるため説明は省略する。次に、利用者が上記電子広告を受信すると、その電子広告を受信したことを示す応答データが電子広告受信装置102のデータ送信部308を介して電子広告配信装置101に送信される（図示せず）。応答データには受信したシリアルID605が含まれており、これにより電子広告配信装置101は電子広告の配信が完了したことを確認できる。すなわち、シリアルID605が「1」である電子広告の配信が正常に完了したことを確認できる。次に、電子広告配信装置101は、シリアルID605に「2」を入れて配信し、シリアルID605が「2」であるような応答データの受信を待つ。以下同じように繰り返し、配布数の上限である1000に達すると、電子広告配信装置101は配信を終了する。なお、本実施の形態では、配信が完了したことを示す識別子としてシリアルID605に「1」、「2」、「3」、…の通し番号を割り当てる方法を採用しているが、これに限定されることはなく、電子広告配信装置101と電子広告受信装置102との間で配信が完了したことを確認できる方法であれば何でもよい。また、前述したように、電子広告受信装置102においては、電子広告データ中の広告ID601により同じ広告を受信することがないように制御されているため、1000個の広告は、同じ電子広告受信装置102で受信されることはなく、異なる1000台の電子広告受信装置102に配信される。また、電子広告配信装置101は、電子広告受信装置102からの応答データを受信する前に、それ以降のシリアルIDが付された電子広告を配信することも可能である。

#### 【0061】

上記電子広告を受信した利用者は、第1の実施の形態と同様な処理を行い、再生済みスタンプを生成する。ただし、第1の実施の形態と異なり、この再生済みスタンプには、シリアルID605が付加されており、再生済みスタンプを表示

すると、そのシリアル I D の番号も表示される（図示せず）。

【 0 0 6 2 】

次に、利用者は、広告主にインターネット等の通信手段を利用して、再生済みスタンプのデータ及びシリアル I D 6 0 5 及び利用者本人であることを特定するための情報（例えば本人の名前等）を送信する。広告主は、電子広告確認装置 1 0 3 のデータ受信部 4 0 1 で上記データを受信する。受信したデータは、再生済みスタンプ確認部 4 0 2 において、第 1 の実施の形態と同様な処理で再生済みスタンプの正当性が確認される。また、利用済みスタンプ確認部 4 0 4 では受信したシリアル I D 6 0 5 が重複しないように蓄積されるため、受信したデータのシリアル I D 6 0 5 と蓄積されているシリアル I D 6 0 5 とをチェックすることにより、そのデータが以前に通知されたものであるかどうか判定される。この判定結果に基づいて、広告主は、その再生済みスタンプが利用済みであるかどうかを確認することができる。

【 0 0 6 3 】

なお、電子広告受信装置 1 0 2 が携帯型のものであれば、利用者は電子広告受信装置 1 0 2 を持って店まで行き、広告主は再生済みスタンプを提示される度にシリアル I D の番号を記録しておき、提示されたシリアル I D の番号が、以前に提示されたものと重複しないかどうかをチェックすることにより、その再生済みスタンプが利用済みであるかどうかを確認してもよい。

【 0 0 6 4 】

＜第 3 の実施の形態＞

本実施の形態と第 1 の実施の形態と異なる点は、図 6（c）に示すように、電子広告のデータ構造に個別 I D 6 0 6、及び個別アイコン情報 6 0 7 が追加されている点である。

【 0 0 6 5 】

第 1 の実施の形態では、ポイント数のカウントは、広告 I D 6 0 1 毎に管理されている。一方、本実施の形態では、個別 I D 6 0 6 をさらに設けることにより、例えば広告主がスーパーを経営しており、スーパーで販売している各商品を購入する毎に利用者に対してポイントを与えるというサービスを提供することがで

きる。

#### 【0066】

本実施の形態における処理のフローチャートを図8に示す。図8のフローチャートの開始と終了は、図5のフローチャートにおけるAとBに対応しており、それ以外の処理（ステップS101～ステップS104）は同様であるので説明を省略する。また、図9は情報出力部306の表示例である。以下、図8及び図9を参照して、電子広告の再生方法について説明する。

#### 【0067】

ステップS201において、利用者が、ユーザ入力部307を介して広告のアイコンをクリックして、その内容を見ようとする操作を行うと、ステップS202に進み、個別アイコン情報607でのデータ、及びアプリケーションプログラム604に従って、その広告のさらに詳細な情報を示す個別アイコンが表示される。図9の表示例に従って説明すると、図9（a）において、利用者は“スーパー「ライフ」”のアイコンを選択すると、図9（b）に示すような“info. 1”等の個別アイコンが表示される。

#### 【0068】

次に、ステップS203において、個別アイコンをクリックすると、再生されてその広告の内容が表示され（ステップS204）、ポイント数がカウントされる（ステップS205）、さらに総ポイント数がカウントされる（ステップS206）。その後、利用者がユーザ入力部307を介して、再生終了の操作が行われるまで、ステップS204～ステップS207の処理が繰り返される。図9の表示例に従って説明すると、図9（b）において、“info. 1”の個別アイコンをクリックすると、図9（c）に示すように、その広告内容が表示される。さらに、ポイント数がカウントされるとともに、上記個別アイコンの再生済みスタンプが生成されて、図9（d）に示すように“info. 1”の再生済みスタンプが表示される。なお、図9（d）では、“info. 5”及び“info. 8”の個別アイコンについても同様の処理を行った（図9（e）、図9（f））後の最終的な表示を示しているため、全ての個別アイコンが再生済みスタンプの表示になっており、さらに、再生した個別アイコンの数に応じた総ポイント数も表

示されている。

【0069】

広告主は、上記総ポイント数に応じた特典を利用者に与えることにより、利用者はこの広告主が配布する広告を数多く集めようとするため、広告主にとって宣伝効果を高めることができる。また、個別アイコンの表示形態を図9（g）に示すように樹目型の表示にしておく、利用者にとってさらに見やすくなる。

【0070】

【発明の効果】

本発明によれば、広告主は、配信した広告が利用者に読まれたかどうかの反応をつかむことができる。また、利用者は、広告を見たことに対する特典が与えられる。また、広告の配布数に制限を設ける場合に、同じ広告を同じ利用者に配布しないようにしているため、複数の異なる利用者に広告を配布することができる。

【図面の簡単な説明】

【図1】

本発明における電子広告配信システムの模式図である。

【図2】

本発明における電子広告配信装置のハードウェアブロック図である。

【図3】

本発明における電子広告受信装置の機能ブロック図である。

【図4】

本発明における電子広告確認装置の機能ブロック図である。

【図5】

第1の実施の形態における電子広告の再生方法を示すフローチャートである。

【図6】

本発明における電子広告のデータ構造を示す図である。

【図7】

第1の実施の形態における電子広告受信装置の表示例である。

【図8】

第 3 の実施の形態における電子広告の再生方法を示すフローチャートである。

【図 9】

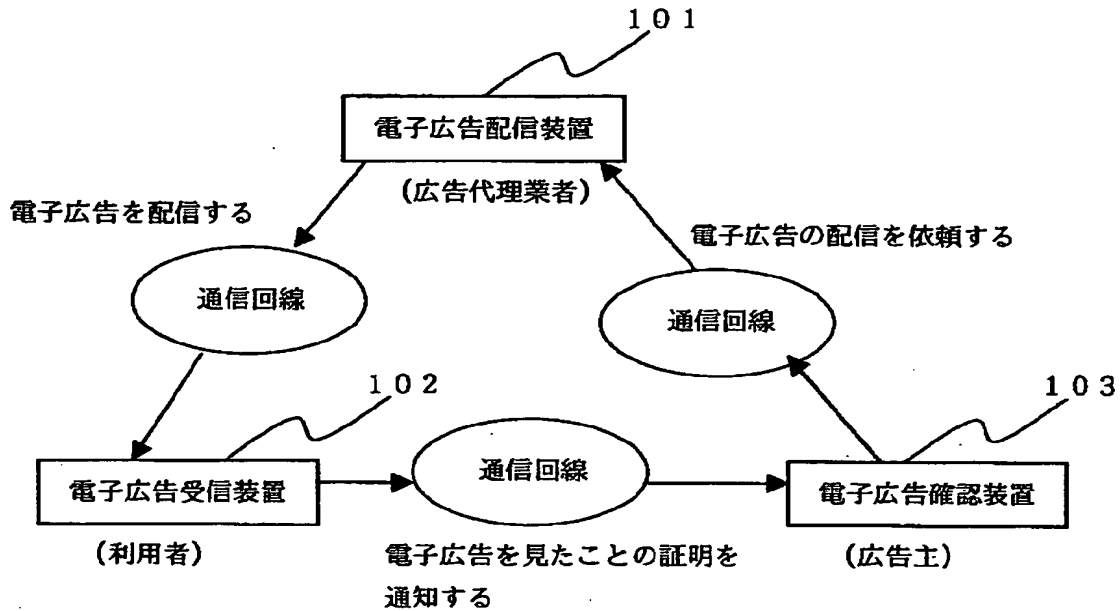
第 3 の実施の形態における電子広告受信装置の表示例である。

【符号の説明】

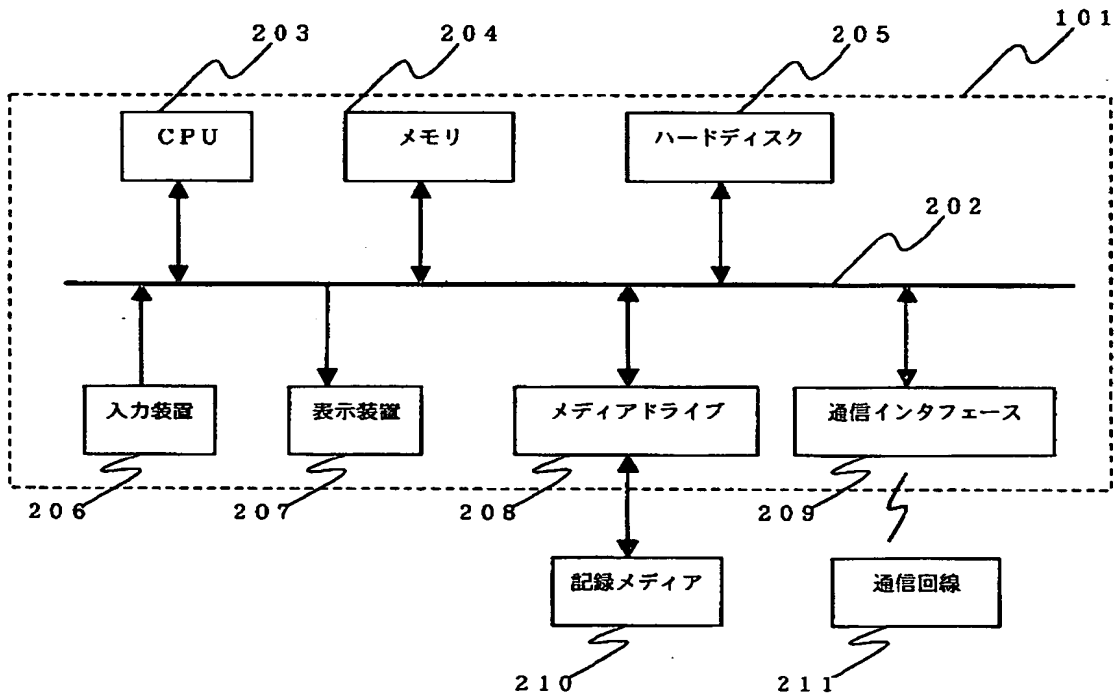
- 1 0 1 電子広告配信装置
- 1 0 2 電子広告受信装置
- 1 0 3 電子広告確認装置

【書類名】 図面

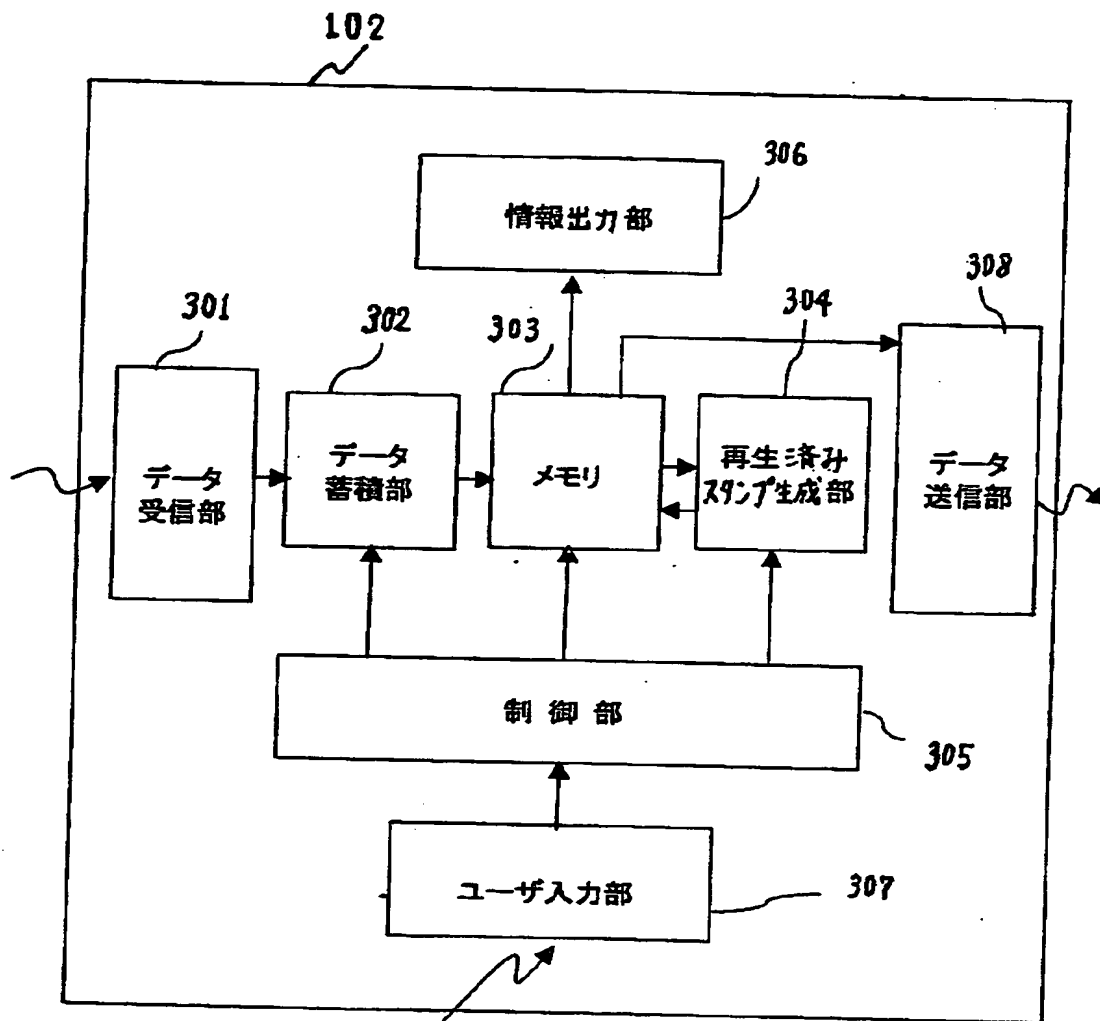
【図 1】



【図 2】

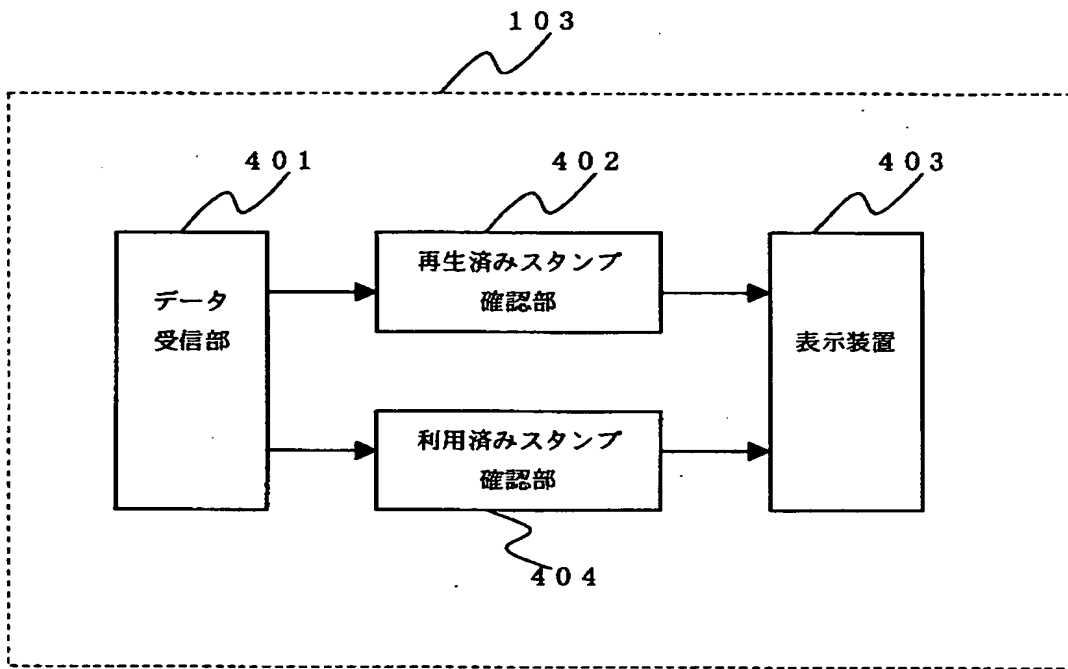


【図 3】

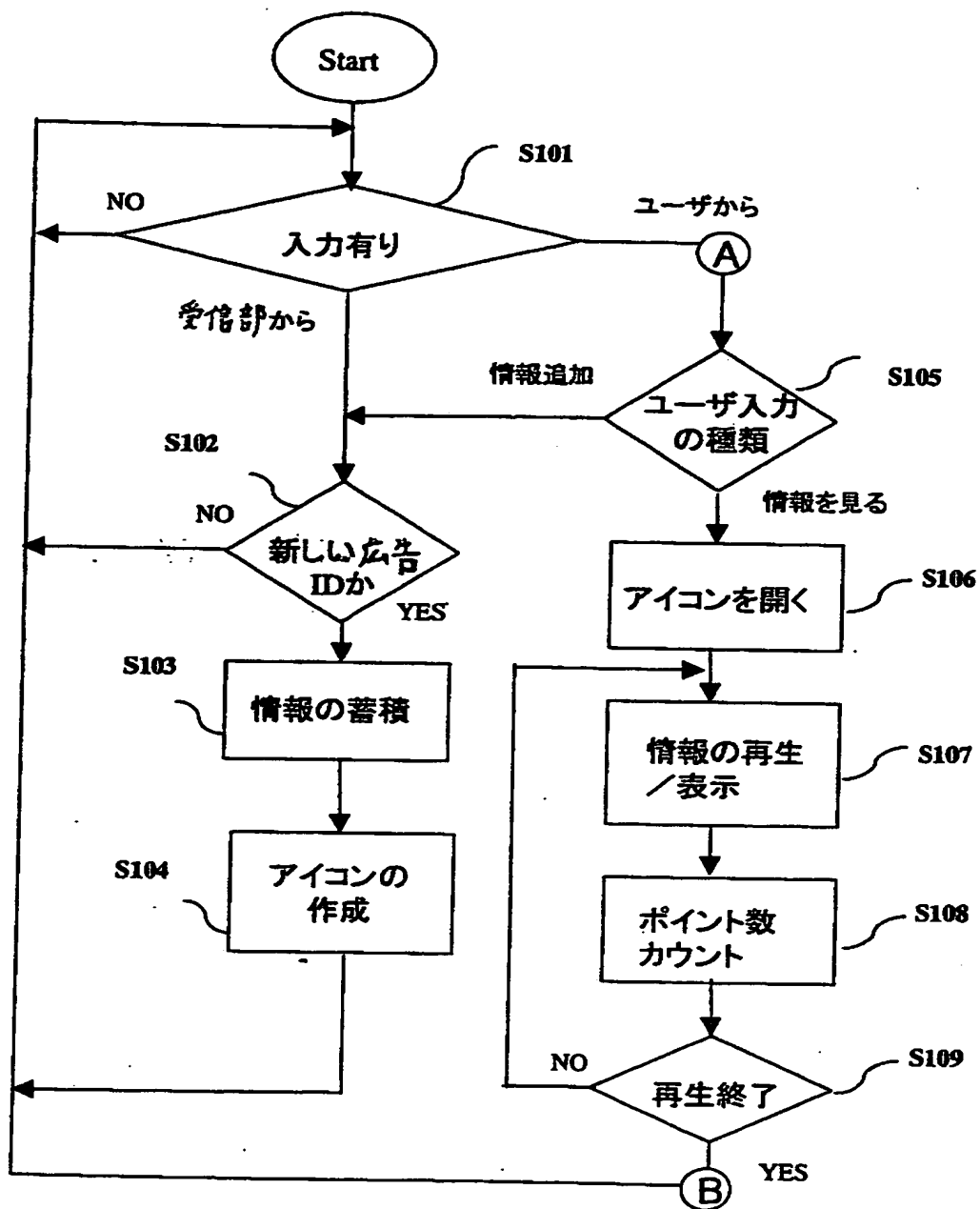




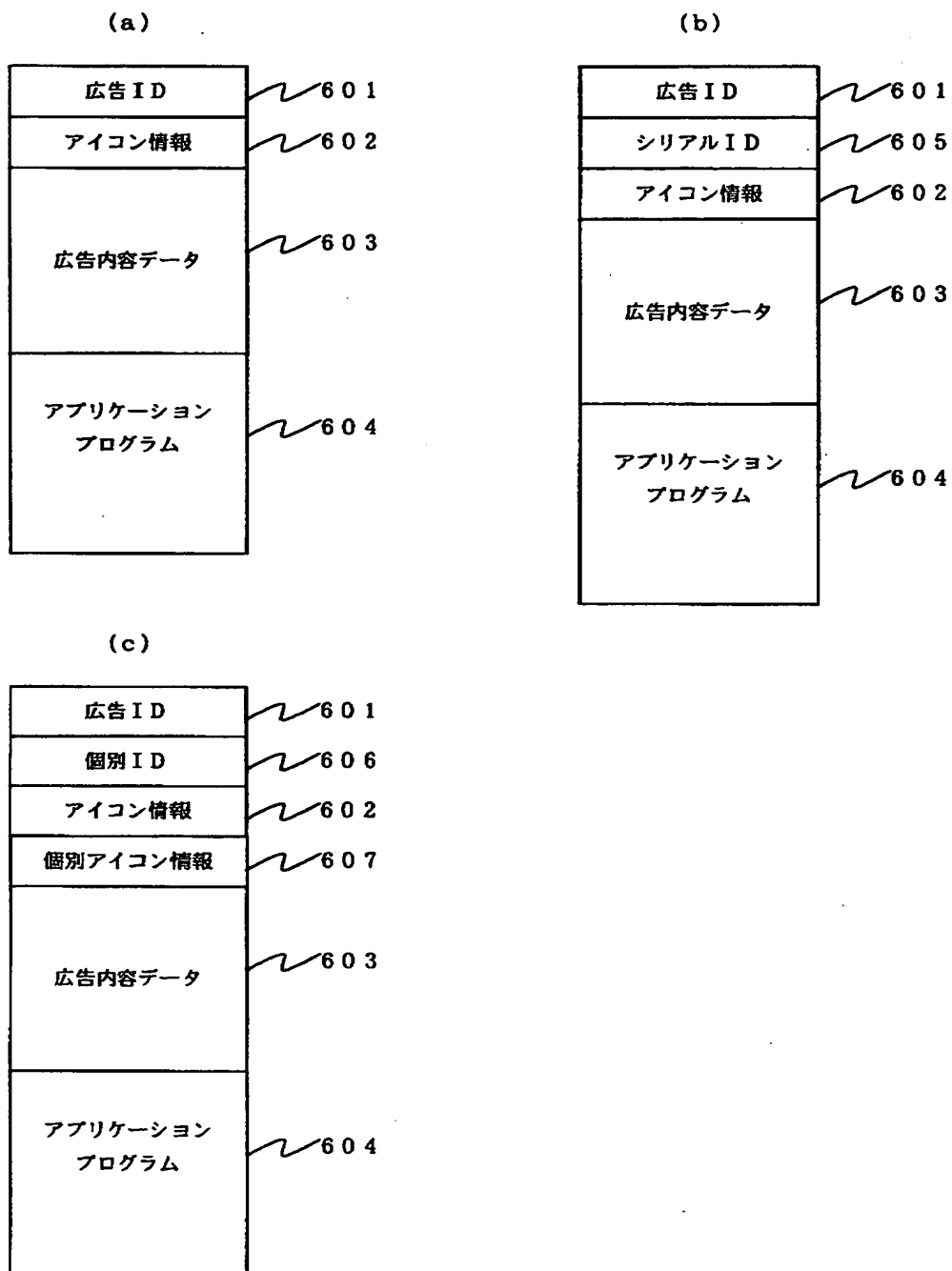
【図 4】



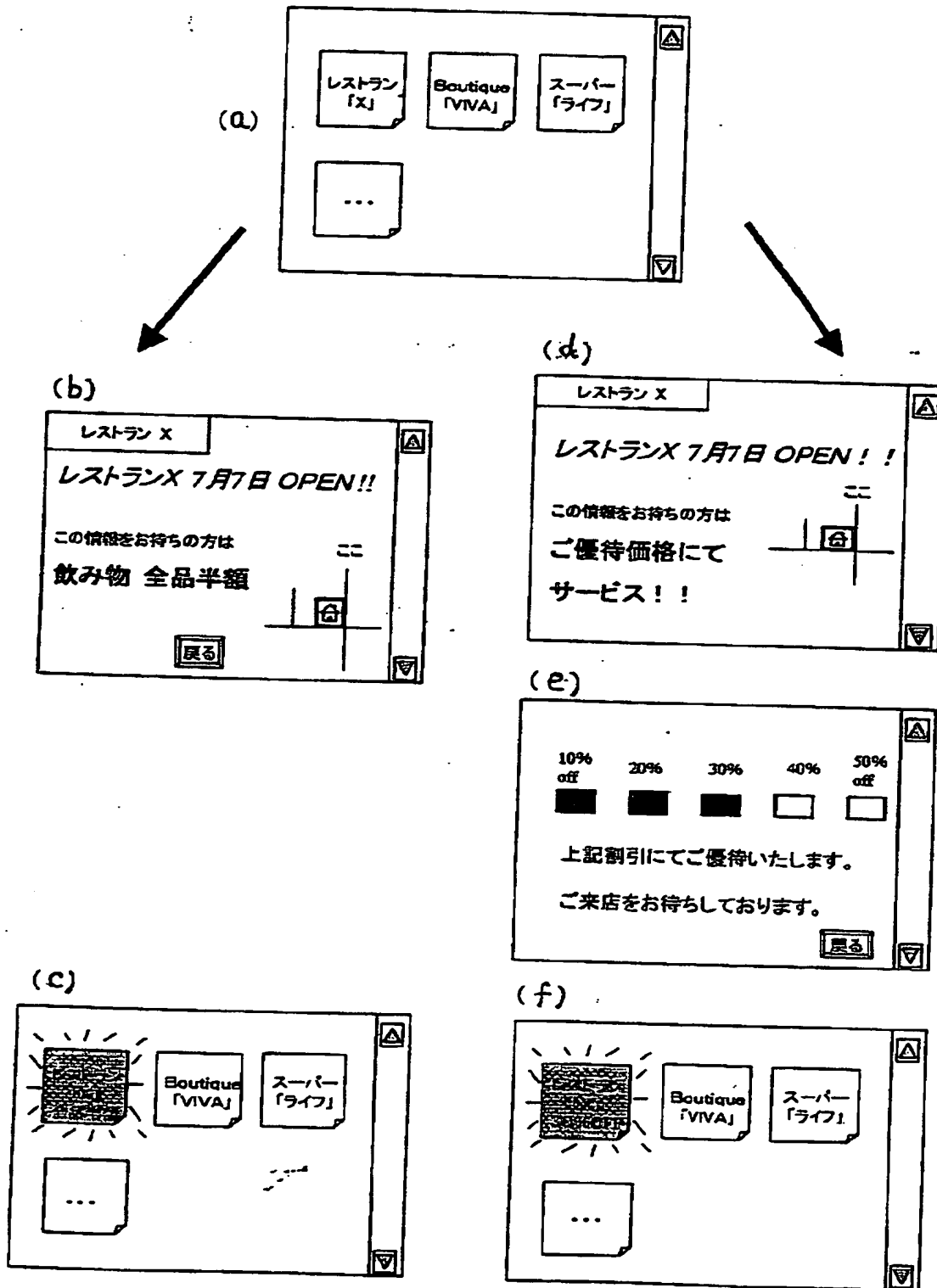
【図 5】



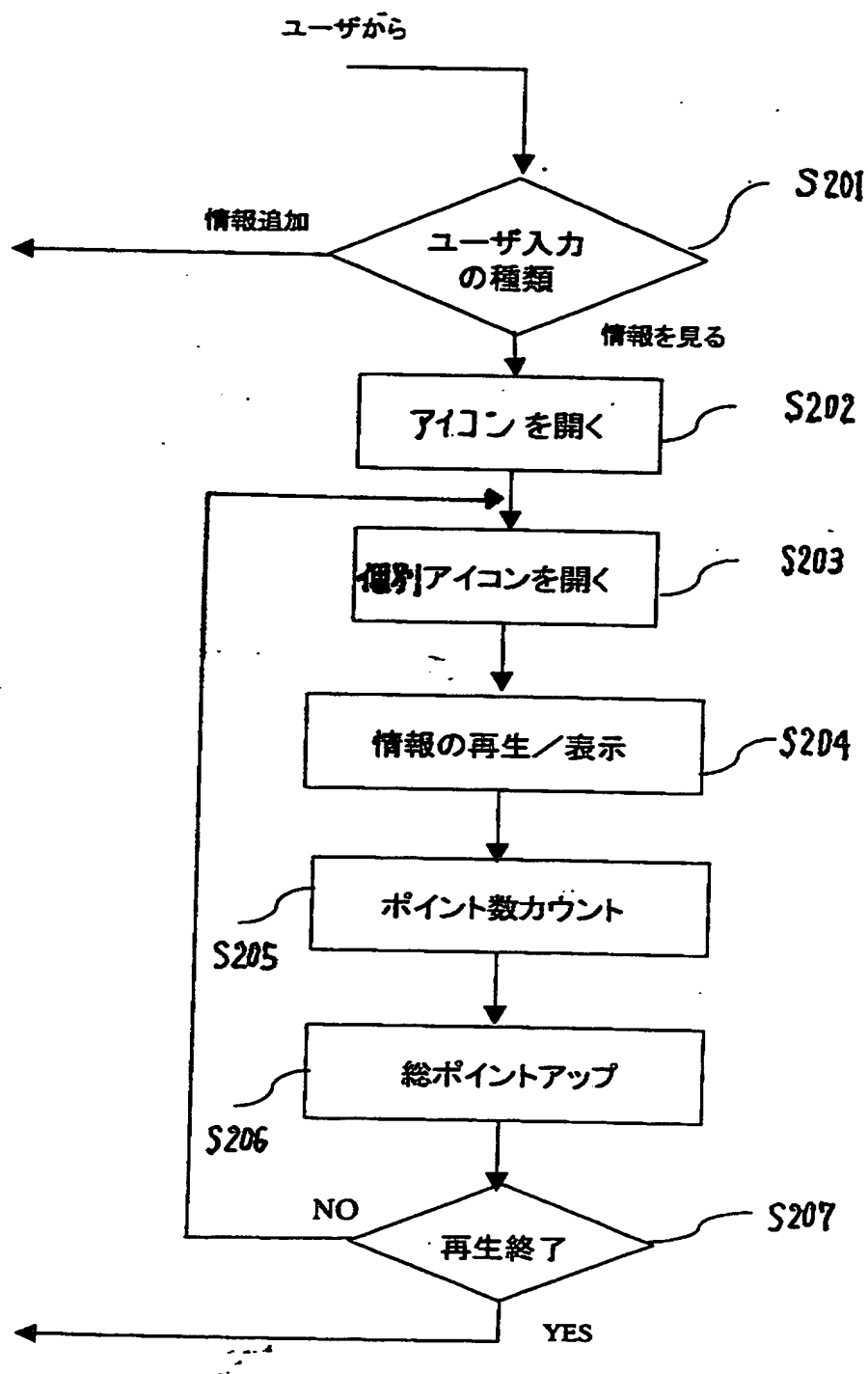
【図 6】



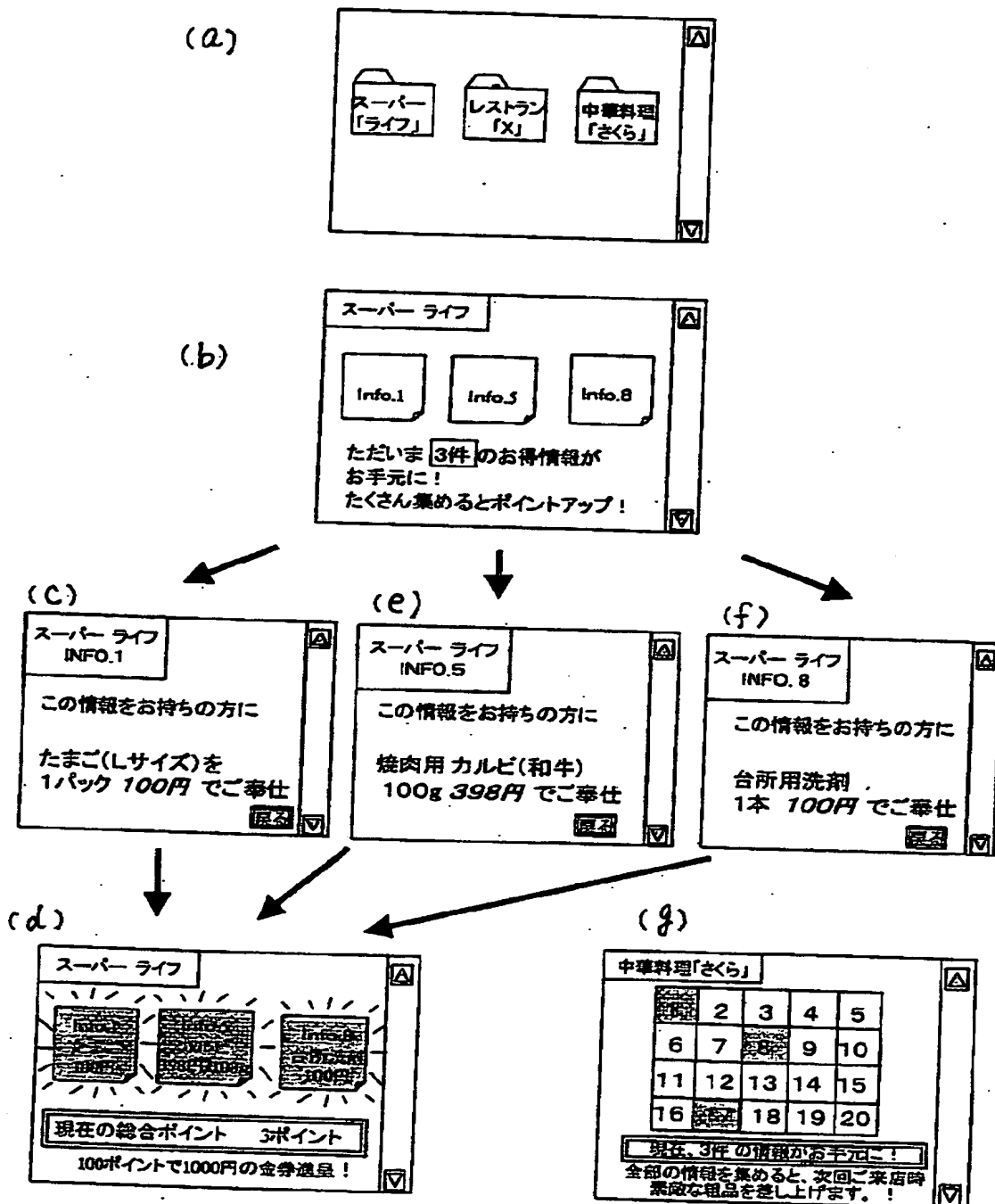
【図 7】



【図 8】



【図 9】



【書類名】 要約書

【要約】

【課題】 従来の電子広告配信システムでは、ただ一方的に情報を流しているだけであり、広告が利用者に確実に読まれたかどうかの反応をつかむことができなかった。

【解決手段】 電子広告を登録し配信する電子広告配信装置と、配信された電子広告を受信し再生する電子広告受信装置とを有する電子広告配信システムであって、前記電子広告配信装置は、電子広告の配信完了を示す識別子を送信する手段を有し、前記電子広告受信装置は、前記配信完了を示す識別子に基づいて電子広告を受信したことを示す応答データを作成し前記電子広告配信装置に返信する手段を有することを特徴とする電子広告配信システムを提供する。

【選択図】 図 1

出 願 人 履 歴 情 報

識別番号 [000005049]

1. 変更年月日 1990年 8月29日

[変更理由] 新規登録

住 所 大阪府大阪市阿倍野区長池町22番22号  
氏 名 シャープ株式会社